



2 „An der schönen blauen Donau“. Johann Strauss im Wiener Prater concertirend, Liebig Sammelbild, 1890er Jahre, kolorierte Lithografie

Die Melodie wurde über Jahrzehnte hinweg wiederholt in neue Diskurse eingebaut und aktualisiert – nicht nur in Österreich, sondern weltweit. Um nur einige wenige Beispiele zu nennen: Die Walzermelodie wurde zur alternativen Nationalhymne, die anlässlich der Befreiung Österreichs am 27. April 1945 erklang. Mit dem Donauwalzer eröffnete der österreichische Rundfunk 1955 sein Programm. Der Walzer erklang in zahlreichen Filmen, in James Camerons Film *Titanic* (1997) tanzte die noble Schiffsgesellschaft zu dieser Melodie in den Abgrund. In Stanley Kubricks Science-Fiction-Streifen *2001: Odyssee im Weltraum* (1968) verlässt der Walzer die Erde und geleitete das elegant tänzelnde Raumschiff durchs All. Diese Beispiele zeigen, dass die Melodie längst zum popkulturellen Zeichensystem geworden ist, das in unterschiedliche Erzählungen integriert werden kann. ‚Donau-blau‘ wurde unter anderem auch zum eingängigen Werbezeichen, etwa als Farbe für Autos und Teetassen, Marmorsplitt und T-Shirts, Bonbonnieren und Fahrräder, Babykleidung, Tinte und vieles andere mehr.

Ist die Donau wirklich blau?

„An 11 Tagen braun, an 46 Tagen lehmgelb, an 59 Tagen schmutziggrün, an 45 hellgrün, an 5 Tagen grasgrün, an 69 Tagen stahlgrün, an 46 Tagen smaragdgrün und an 64 Tagen dunkelgrün“, so lautete das Fazit des Wiener Gerichtsrats Anton Bruszkay, der um 1900 im kleinen Städtchen Mautern oberhalb von Wien jeden Morgen zwischen sieben und acht ins Donauwasser blickte. Seine Beobachtungen zeichnete er Tag für Tag und Jahr für Jahr auf und leitete sie an die Österreichische Geographische Gesellschaft und das Hydrographische Central-Bureau nach Wien weiter, die sie publizierten.³ Blau ist demnach die Donau fast nie. „Dass der Donaustrom“, so resümierte der Naturwissenschaftler Harry Heinrich Jakob Gravelius 1911 in der *Zeitschrift für Gewässerkunde*, „bisweilen auch einen



3 Postkarte Bratislava, kolorierter Lichtdruck, um 1910, ungelaufen

bläulichen Stich besitzt, kommt gelegentlich, aber sehr selten vor und wenn die öffentliche Meinung den Ausdruck ‚schöne, blaue Donau‘ geprägt hat, so ist diese Bezeichnung nur insofern berechtigt, als das grüne Wasser bei klarem Himmel und in der Perspektive einen blauen Ton anzunehmen scheint.“⁴

Die Reihe dieser empirischen Farbuntersuchungen des Donauwassers ließe sich für die Jahre um 1900 erweitern, sie alle kamen zu ähnlichen Schlüssen: Die Farbe der Donau ist fast nie blau. Auffallend ist, dass diese skeptischen naturwissenschaftlichen Stimmen just zu dem Zeitpunkt ertönten, als die Donau in der Populärkultur ihr blaues Image verfestigte (Abb. 2). Zwar hatte der Strauss-Walzer bereits Jahrzehnte zuvor das Motiv der ‚blauen Donau‘ zum Ohrwurm gemacht, aber die textliche Verknüpfung zwischen Melodie und blauem Fluss wurde erst kurz vor der Jahrhundertwende enger geknüpft, als nämlich im Jahr 1890 der Strauss-Walzer aus der Feder von Franz von Gernerth einen neuen Text erhielt, jene Zeilen, die wir heute noch mit der Musik verbinden: „Donau, so blau ...“. Zur selben Zeit, also um 1900, setzte ein neuer intensiver Farbdiskurs über die Donau ein. Erst jetzt wurde die endgültige enge Verbindung zwischen Fluss und Farbe geschaffen, die das Image des Flusses bis heute so umfassend prägen sollte. Naturwissenschaftlicher Protest und populärkultureller Hype beschreiben also, genau besehen, zwei Seiten ein und derselben Medaille.

Zweifellos: Die Walzermusik und vor allem der sich verselbständigte Titel haben das Image des Flusses entscheidend geformt. Aber dessen Übersetzung in populäre Bilder bediente sich zusätzlicher Medien. Den Film haben wir bereits erwähnt. In die Reihe der das Image prägenden Medien gehört aber auch die Malerei, die seit dem späten 18. Jahrhundert lang nachwirkende Bildschablonen für die Landschaftswahrnehmung entwickelte, welche später von populären Medien aufgegriffen wurden. So hat auch die Fotografie das Bild der Donau entscheidend geprägt, auch wenn über diese im Kontext der ‚schönen blauen Donau‘ bisher selten nachgedacht wurde. Dabei steht außer Diskussion, dass die



4 Postkarte Ruine Aggstein, 1917, kolorierter Lichtdruck, Verlag Ledermann, ungeläufen

Fotografie in den für die populäre Donaufarbgebung entscheidenden Jahren um und nach 1900 besonders deutlich zur Verfestigung der mythischen Verbindung zwischen Fluss und der Farbe Blau beigetragen hat. Großen Anteil daran hatte eine ganz besondere Form der Fotografie, nämlich die um 1900 eingeführte, fotografisch illustrierte Bildpostkarte, die den Mythos der blauen Donau mittels gezielter Kolorierung aufgriff und einem großen Publikum zugänglich machte. Man kann – etwas überspitzt – behaupten: 1890 wurde mit dem neuen Walzertext die Donau endgültig blau. Visualisiert wurde diese Symbolfarbe wenige Jahre später über ein neues Massenkommunikationsmittel: die kolorierte Bildpostkarte.

War die blaue Donau im 19. Jahrhundert noch vorwiegend ein Sprach- und Musikbild, so änderte sich dies an der Wende zum 20. Jahrhundert grundlegend. Die blau eingefärbte Donau tauchte nun auch in der populären Bildwelt auf, zunächst, Ende des 19. Jahrhunderts, in Form massenhaft verbreiteter kolorierter Lithografien, etwa als kolorierte Sammelbilder und Bilderbögen, später, um und nach 1900, als die eben genannten farbigen Bildpostkarten. Vor allem letztere, in großen Stückzahlen produzierten, leicht verfügbaren, mobilen Bildmedien haben das Image des Flusses in der Populärkultur entscheidend geprägt und verfestigt. Mit ihnen wurde die blaue Donau zum populären Anschauungs- und Handhabungsobjekt für breite Bevölkerungsschichten (Abb. 3 und 4).

Dieser Verbindung zwischen Fluss, Bild und Farbe möchte ich im Folgenden nachgehen. Ich untersuche in diesem Beitrag anhand von kolorierten Bildpostkarten (und anderen gedruckten Bildmedien) die Darstellung und Wahrnehmung der Donau in populären Bildern. Dabei zeigt sich, dass die farblichen Codierungen des Flusses in der Fotografie sehr aufmerksam auf die gesellschaftlichen Umschichtungen der kollektiven Wahrnehmung reagierten. Sie folgen über weite Strecken den dominan-

ten mythischen Erzählungen. Zugleich bilden diese farblichen Codierungen einen bisher wenig beachteten Resonanzraum, in dem kulturelle Narrative eine breite Wirkung erfahren.

Von der grauen zur blauen Donau

In ihren thematischen Bildfindungen folgte die frühe Reisefotografie grafischen und literarischen Vorlagen, die seit dem Ende des 18. Jahrhunderts entworfen worden waren.⁵ In Stahlstichen und Radierungen vervielfältigt, erreichten diese Szenen im 19. Jahrhundert ein breites Publikum. Ein Großteil dieser Bilder war monochrom gehalten, ein kleiner Teil wurde auch koloriert, freilich hatte sich im frühen 19. Jahrhundert noch nicht das spätere kräftige Blau als Farbcode für die Donau durchgesetzt. Auch die ersten fotografischen Donauansichten, die um die Mitte des 19. Jahrhunderts auftauchten, waren – so wie andere Landschaften und Flüsse auch – in Schwarz-Weiß gehalten.⁶ Doch bei genauem Hinsehen waren diese frühen fotografischen Blätter nicht gänzlich monochrom, sondern hatten häufig farbliche Tönungen, die von gelbbraun, gelbgrau bis hin zu rötlichbraun oder gelegentlich sogar violettbraun reichten, nur gelegentlich wurden die kommerziell verwerteten Bilder auch nachträglich händisch koloriert.⁷

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert bildete sich ein neuer, auf ein Massenpublikum ausgerichteter Bildstrang heraus, der Reise- und Landschaftsbilder farblich viel kräftiger markierte. Dazu gehören die frühen, oft kolorierten Cartes de Visite-Bilder, die seit den 1860er Jahren zirkulierten, vor allem aber die im Format größeren Chromolithografien auf der Basis von Fotovorlagen sowie kolorierte Photochrome-Ansichten, die kurz vor 1900 auf den Markt kamen. Besonders üppig war der Farbauftrag in der populären, für den Massenmarkt hergestellten Druckgrafik, die auf Zeichnungen und nicht auf Fotografien basierte. In diesen Bildern erschien die Donau kurz vor 1900 immer öfter in kräftigem Blau.

Als um 1900 mit dem neuen Walzertext ein neuer, populärer Donaudiskurs einsetzte, tauchten parallel dazu Bildsujets auf, die das farbliche Image des Flusses aufnahmen und verfestigten. Dies lässt sich etwa am Beispiel der Werbe- und Sammelbilder zeigen, die ab den 1870er Jahren verbreitet wurden und die um 1900 in enormen Auflagen zirkulierten. In diesen massenhaft lithografierten und in kräftigen Farben gehaltenen Drucken erhielt die Welt im umfassenden Sinne (etwa geschichtliche Szenen, Märchen, Mythologien, exotische Landschaften, Industrien, Reisen, Berühmtheiten und vieles mehr) buchstäblich ein buntes Gesicht. Diese Sammelbilder haben wesentlich zur Visualisierung und Popularisierung ikonischer Landschaften beigetragen.⁸

Auch die Donau taucht als Motiv dieser Sammelbilder auf, etwa in einer sechsteiligen Folge der berühmten Liebig-Sammelbildserie, die als Beigaben zu ‚Liebig's Fleisch-Extract‘ hergestellt und vertrieben wurde.⁹ Die Szenen stammen aus den 1890er Jahren, also aus jenen Jahren, in denen die blaue Farbe der Donau in der öffentlichen Debatte sehr stark thematisiert wurde und in der sich ein neuer bildlicher Farbdiskurs des Flusses herauskristallisierte. Wenn wir diese Bilder genauer betrachten, fällt nicht nur die sorgfältige visuelle Konstruktion der Szenen ins Auge: Die Elemente der (imaginierten) Volkskultur (Trachten, landestypische Kleidung) sind mit idealisierten Landschaften (zum Beispiel Schwarzwald, Wachau, Puszta) und dem darin eingebetteten Fluss verschränkt. Auffallend ist auch die Farbgebung des Flusses (Abb. 5 a–f). In den Bildern, die den Ober- und Mittellauf zeigen, ist die Donau durchgehend blau. Am Unterlauf hingegen, in Serbien und Bulgarien (zwei Länder, die bildlich in einer Szene zusammengefasst sind) sowie in Rumänien, ist sie hingegen gelblich beziehungsweise grau. Überhaupt stehen die klaren, hellen Farben des Westens dem gelblich-rötlich-braunen Ko-



5a-f „Der Lauf der Donau“, Liebig Sammelbilder, 6 Motive, 1890er Jahre, kolorierte Lithografien

lorit der ‚orientalischen Donau‘ gegenüber. Diese Facetten des ‚Orient‘ tauchen in den Farben des Flusses und des Himmels (der oft in gelb-roten Stimmungen leuchtet) ebenso auf wie in der türkisch-‚orientalischen‘ Kleidung der Staffagefiguren oder der Silhouette eines Minarets am Ufer. Die Donau ist in diesen bühnenbildartig zusammengesetzten Szenen weit mehr als ein Naturphänomen, sie ist ein vielschichtiges Medium, das die Vielfalt der Regionen und Länder und deren Einwohner, die sie durchquert, aufzeigt und diese miteinander verbindet. Das Band der Donau ist hier in gewisser Weise zur Projektionsfläche geworden, auf dem das europäische Spiel der kulturellen und ökonomischen Differenzen dargestellt wird. Halten wir fest: Blau ist in diesen Bildschablonen der populären Wahrnehmung vor allem die westlich geprägte Donau, die Ungarn miteinschließt. Kaum tritt sie am Eisernen Tor in die als fremd und exotisch apostrophierte Welt des ‚Orient‘ ein, verändert sich ihre Farbe hin zu gelb und grau. Die farblichen Codes der populären Druckgrafik bilden also ein wichtiges Refe-

renzsystem, das um und nach 1900 andere populäre Bilder, etwa die auflagenstarken Bildpostkarten, aufgreifen.

Blaue Flüsse

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts tauchen im deutschsprachigen Raum erstmals eingehendere Recherchen und Überlegungen zur farblichen Charakterisierung von Flüssen auf, die unterschiedliche Konventionen, Vorstellungen und Etymologien bündeln. Auch die Namensgebung von Flüssen (etwa ‚Rio ‚Negro‘, ‚weißer Nil‘, ‚blauer Nil‘) wird in diesem Zusammenhang reflektiert. Nicht nur die Donau dürfe, so argumentierte etwa Rudolf Kleinpaul 1884 in der Zeitschrift *Die Gegenwart*, für sich in Anspruch nehmen, ein ‚blauer‘ Fluss zu sein, auch der größte chinesische Strom, der Jangtsekiang, trage in seinem Oberlauf die Bezeichnung ‚blauer Fluss‘, und ein Hauptstrang des Nil führe das Attribut ‚blau‘.¹⁰ Dieser sei zwar aus der Entfernung betrachtet blau, aber in unmittelbarer Nähe, so Kleinpaul, erscheine er gelb und schlammig.

Die Farbgebung von Flüssen in der populären Bildwelt um 1900 folgte also zweifellos althergebrachten kulturellen Vorstellungen, die sich lange vor der Jahrhundertwende herausgebildet haben. Dennoch kommt um 1900 etwas Neues hinzu: Aus Sprachbildern wurden – etwa im Gewand der populären Druckgrafik, vor allem aber in fotografisch illustrierten und kolorierten Ansichtskarten, – auch Schaubilder, die die Farbkonventionen szenisch übersetzen.

Der Massenmarkt der Ansichtskartenindustrie, der die verbreiteten Wahrnehmungstrends in die populären Bildkonventionen überführte, reagierte rasch auf den jüngsten Farbdiskurs der Donau, der um die Jahrhundertwende einsetzte. Die ersten fotografisch illustrierten und kolorierten Bildpostkarten, die um 1900 und in den Jahren danach in enormen Stückzahlen produziert wurden, tauchten die Landschaften der Bildpostkarten in jene Farben, die allseits anerkannt und gewünscht waren. „Die Ansichtskartenpostkarten“, so kommentierte Robert Musil einige Jahre später auf spitze Weise diese stereotype Farbgebung, „sehen in der ganzen Welt einander ähnlich, sie sind koloriert; die Bäume und Wiesen giftgrün, der Himmel pfaublau, die Felsen grau und rot, die Häuser haben ein geradezu schmerzendes Relief, als könnten sie jeden Augenblick aus der Fassade fahren; und so eifrig ist die Farbe, dass sie gewöhnlich auch noch auf der anderen Seite ihrer Kontur als schmaler Streifen mitläuft. Wenn die Welt so aussähe“, meinte Musil lapidar, „könnte man wirklich nichts Besseres tun, als ihr eine Marke aufzukleben und sie in den nächsten Kasten zu werfen.“¹¹

Entsprechend diesen Konventionen wurde die Donau in den Farbkarten vorwiegend blau eingefärbt. Nun könnte man sagen: Diese Farbgebung ist nicht weiter verwunderlich, folgt sie doch den etablierten Wahrnehmungskonventionen, denen zufolge Seen und Flüsse blau sind. Und doch ist die Sache komplexer. So stereotyp die Farbpalette der Postkartenindustrie auch gewesen sein mochte (blauer Himmel, blaues Wasser, grüne Wiese et cetera), sie folgte keineswegs überall denselben Vorgaben. Nicht alle großen Flüsse wurden gleichermaßen blau eingefärbt wie die Donau. Der Rhein etwa erscheint in der kolorierten Postkartenästhetik um und nach 1900 keineswegs so durchgängig kräftig blau wie die Donau, sondern weist eine viel breitere, sehr vielfältige farbliche Palette auf. Diese reicht von pastelligem Grau und silbrigem Blau über verschiedene bräunliche, grünliche oder violettstichige Blau-Tönungen bis hin zu klarem, intensivem Blau, gelegentlich wurde das Wasser aber auch in dunklem Stahl- und Nachtblau eingefärbt. Die für die Donau häufig gewählte Farbe, ein kräftiges Himmel- oder Cyanblau, wird für die Rheinpostkarten vergleichsweise selten verwendet.

Die Farben, die Flüsse in populärkulturellen Bildern annehmen, folgen weitgehend gesellschaftlichen Vorgaben. Diese können sehr unterschiedlich sein: Der amerikanische Colorado River beispiel-

weise wurde fast gleichzeitig in Bildpostkarten wie die Donau tiefblau eingefärbt – jedoch aus ganz anderen Gründen. Im Falle der Donau bündelte das populärkulturelle Motiv der ‚schönen blauen Donau‘ mehrere gesellschaftliche Diskurse, die vom Walzer-Thema über das Motiv des integrativen Bandes, das die habsburgischen Länder zusammenhält, bis hin zu deutschnationalen Diskursen reichen, die seit dem späten 19. Jahrhundert mit der Farbe Blau assoziiert sind. Der Colorado River hingegen wurde blau, weil er um 1900 in eine geschützte, zunehmend touristisch genutzte, national konnotierte und idealisierte amerikanische (Sehnsuchts-)Landschaft umgewandelt wurde. 1908 wurde das Gebiet um den Grand Canyon durch den amerikanischen Präsidenten Theodore Roosevelt zum ‚national monument‘ erklärt, 1919 wurde es als Nationalpark unter Schutz gestellt. Passend zu dieser nationalen und touristischen Umwertung der Landschaft wurde auch das in Postkarten kondensierte Idealbild adaptiert. Das in Wirklichkeit oft schlammig-braune Wasser des Colorado River wurde in den Bildpostkarten nach 1900 zunehmend tiefblau eingefärbt.¹²

Postkartenszenen sind, so haben wir gesehen, Bildräume, die nicht einfach vorgefunden werden, sondern die mit diversen grafischen und druckgrafischen Mitteln inszeniert und hergestellt werden. Die Farbe beziehungsweise die Kolorierung ist ein zentraler Baustein dieses Konstruktionsprozesses. Wenn wir verstehen wollen, mit welcher Technik die Donau um 1900 in Postkartenansichten blau gefärbt wurde, ist zunächst ein Blick hinter die Kulissen der Postkartenproduktion nötig.

Wie die Farbe auf die Postkarten kam

Als um 1900 die ersten farbig gedruckten Ansichtskarten auf der Basis von Fotografien auf den Markt kamen, stellte diese Neuerung in ästhetischer Hinsicht auf den ersten Blick keinen großen Einschnitt dar, denn schon seit langem machte es die Farblithografie möglich, grafische Szenen, die in großen Auflagen hergestellt wurden, im Druckprozess einzufärben. Ungewohnt hingegen war, dass an der Wende zum 20. Jahrhundert die Farbe nun eine neue Allianz einging, nämlich mit dem Medium der massenhaft gedruckten Fotografie. In der konkreten Ausführung pendelte diese Verbindung immer wieder zwischen dokumentarischem Anspruch, (angenommenen) Bedürfnissen des Publikums und handwerklicher Fantasie. Die Kolorierung von frühen Fotopostkarten zeigt, dass die Farbe eine Zutat war, deren Verwendung einerseits gängigen Wahrnehmungsmustern folgte, andererseits oft aber auch sehr üppig und fantasievoll aufgetragen wurde.

Bis auf wenige Ausnahmen erfolgte die Kolorierung von fotografischen Ansichtskarten um 1900 nachträglich. Das heißt, in einem ersten Druckvorgang wurden Schwarz-Weiß-Bilder hergestellt, die anschließend in einem oder mehreren Arbeitsschritten eingefärbt wurden. Je nach Herstellungs- und Vervielfältigungstechnik der Karten wurde die Farbe entweder in einem arbeitsteiligen, protoindustriellen Verfahren (meist mittels Schablonen) händisch auf die gedruckten Karten aufgetragen. Diese Serienarbeit erfolgte nach genauen Kolorierungsanweisungen und wurde in der Regel von Frauen ausgeführt. Die andere Variant bestand darin, die Farben direkt im Druckprozess, und zwar mittels nacheinander verwendeter Steindruckplatten (später oft auch Zink- oder Aluminiumplatten), aufzutragen (Abb. 6 und 7). Bei der Chromolithografie etwa wurden nacheinander bis zu zwölf oder sogar 16 Farbplatten gedruckt, wobei mit den helleren Farben begonnen wurde und danach die dunkleren Farben gedruckt wurden. Gelegentlich wurden auch zwei Farben in einem Farbkasten gemischt und auf diese Weise farbliche Übergänge, etwa bei Sonnenauf- und -untergängen, erzeugt.

Die farbliche Konstruktion von Ansichtskartenlandschaften war also keineswegs vorgegeben, sondern beruhte auf einem System von Konventionen und Detailentscheidungen, die in der Produktion genau umgesetzt wurden. Nicht selten stellte die Farbauswahl die Arbeitskräfte in den Ansichtskar-

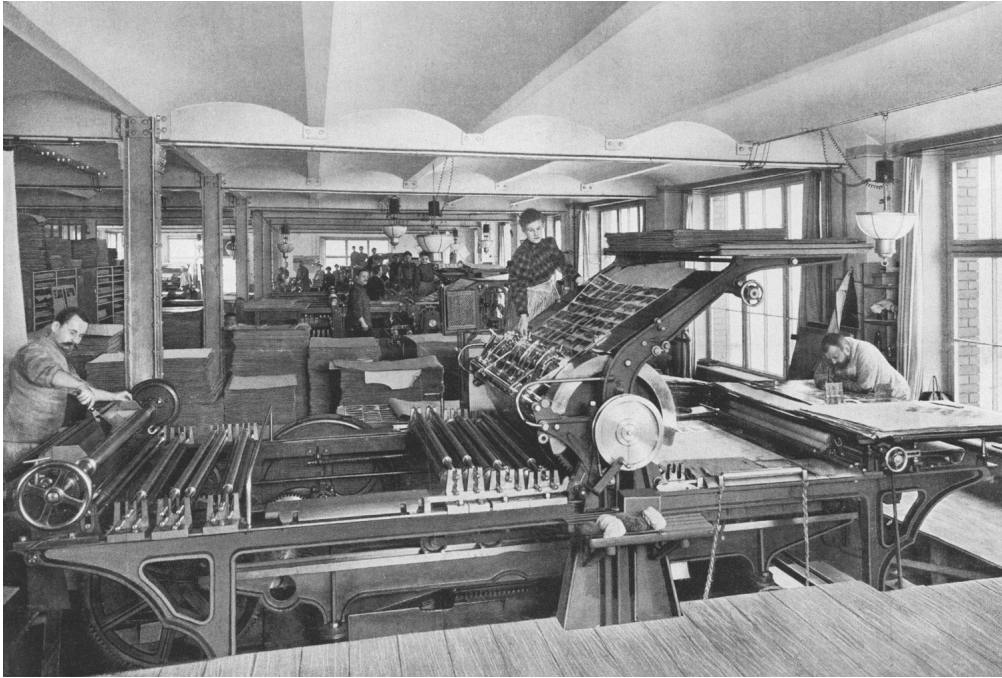


6 Koloriersaal und Steindrucksaal der Graphischen Kunstanstalt Dr. Trenkler & Co., Leipzig

tendruckereien vor erhebliche Herausforderungen. „Die Bilder“, so schreibt ein Postkartendrucker, „fluten von aller Herren Länder herein, und die Fragen hinsichtlich der Farbenwahl nehmen kein Ende. Welche Hausbedachung ist im Riesengebirge vorherrschend, Schiefer, Holz oder Ziegel? Welche Schornsteinfarbe hat der Dampfer der Cunardlinie, der gerade Liverpool verlässt und den Mersey hinunterdampft? Wie sieht die Landesflagge von Nigeria aus? Der möchte das Stadtwappen von Niederholzhausen haben, jener die Farbe einer Kosakenuniform wissen. Der Retuscheur soll einen Sonnenaufgang in der Bucht von Rio einzeichnen; wo ist Osten? Am Nordkap fehlt das Nordlicht; in Westaustralien erhob sich ein Sandsturm; welche Farben sollen verwendet werden?“¹³

Die farbliche Konstruktion der Donau war ab 1900 weitgehend entschieden: Der Fluss wurde nun selbstverständlich in Blautönen eingefärbt. Das Postkartenblau der Donau greift nur zum Teil auf ein dokumentarisch verbürgtes Referenzsystem zurück, zum Gutteil beruht es auf ästhetischen Konventionen und verlegerischen Entscheidungen. Das zeigt sich schon an der Tatsache, dass die Donau-Postkartenbilder praktisch ausschließlich Sommerbilder sind. Der Winter kommt – bis auf wenige Ausnahmen – in der Postkartenwelt der Donau nicht vor. Das hat einerseits damit zu tun, dass Ansichtskarten als Reisesouvenirs zu Beginn des 20. Jahrhunderts weit stärker in den sommerlichen Reisesemonaten als im Winter verkauft wurden. Es liegt aber gewiss andererseits auch daran, dass das weitgehend winterliche Farbspektrum der Landschaft weniger zu den populären Wahrnehmungskonventionen passte. Nicht Schnee und Eis, sondern ein liches, strahlendes Blau, das im Wasser beginnt und sich sehr oft im Himmel fortsetzt, gibt dem Fluss sein charakteristisches Gepräge.

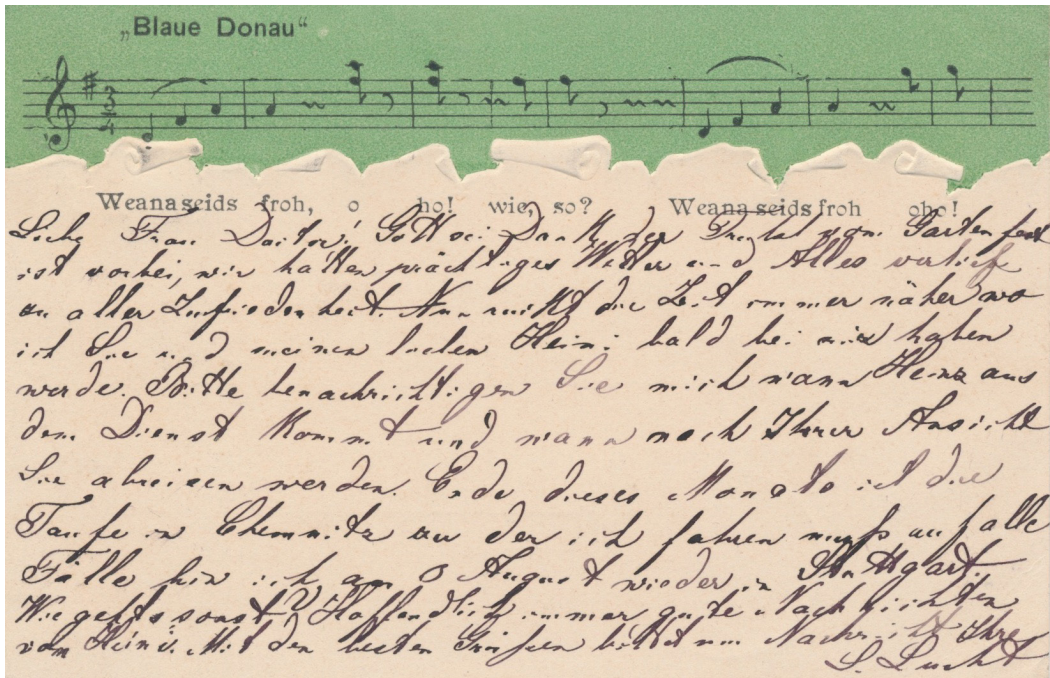
Dieses farbliche Muster wurde, wie wir gesehen haben, Schicht für Schicht aufgetragen. Dazu war es nötig, das dokumentarische Gerüst der Fotovorlage Schritt für Schritt grafisch und farblich zu überarbeiten, indem Bildelemente entfernt beziehungsweise ergänzt wurden. Kleinteilige Hintergründe



7 Koloriersaal und Steindrucksaal der Graphischen Kunstanstalt Dr. Trenkler & Co., Leipzig

etwa wurden von Retuscheuren mittels Korrekturlack entfernt, gleichzeitig wurden fiktive Elemente, etwa passende Staffagefiguren, aber auch Wolken, Schiffe oder Fahrzeuge, in die Szene hineinkopiert. Auch die Konstruktion der Farbe bediente sich eines bereitstehenden Schablonensystems. Hellblau wurde als Grundfarbe in der Postkartenproduktion sehr häufig eingesetzt, weil die Farbe für Wasser und Himmel gleichermaßen verwendbar war, dazu kamen die Farben gelb und rot, die gemischt weitere Farbtöne ergaben. Dieses farbliche Grundgerüst wurde anschließend weiter verfeinert. Der Fluss erhielt, je nach Produktionsaufwand, oft weitere Färbungen. In präziser Handarbeit wurde der blaue Fluss mit zusätzlichen Elementen und Schattierungen angereichert, etwa um Spiegelungen des Wassers, Schatten (von Brückenpfeilern und Uferpartien), Wellen und Gischt anzudeuten. Auf ähnliche Weise wurde der Himmel hergestellt, Wolken wurden einmontiert und Sonnenuntergänge aufgetragen.

Die blaue Farbcodierung der Donau in den Bildpostkarten beruht also auf einem komplexen System von kulturellen Vorgaben und technischen Interventionen. Wie wir gesehen haben, kam das Blau der Donau nicht aus dem Nichts. Die druckgrafischen Sammelbilder hatten bereits in den Jahren zuvor ein farblisches Schema entwickelt, an dem sich die frühe Postkartenindustrie orientierte. Aber nicht alles wurde übernommen. Während Sammelbilder die untere Donau bräunlich oder gelblich einfärbten, orientierte sich die Ansichtskartenindustrie um: Nach 1900 war die Donau durchgehend blau, nicht nur der Oberlauf, sondern auch der Mittel- und Unterlauf wurden blau eingefärbt. Die Zeichen des ‚Orientalischen‘ wurden nun grafisch und farblisch ausgelagert. Der ‚Orient‘ wurde mit der Signatur kräftiger Sonnenuntergänge oder architektonische Zeichen, etwa einem Minarett, gekennzeichnet. Aber auch Staffagefiguren und deren ‚orientalische‘ Kleidung bezeichnen die Übergänge vom Westen in den Osten.



8 „Blaue Donau“, Postkarte, kolorierter Lichtdruck, gelaufen 13.7.1898

Die Donau bleibt blau

Die massive Blau-Färbung der Donau in den Bildpostkarten wurde bereits um 1900 als Klischee erkannt. Das zeigt eine Postkarte, die auf subtile Weise den Farbdiskurs des Flusses kommentiert und ironisiert. Die kolorierte Karte, von der die Rede ist, kam kurz vor der Jahrhundertwende, im Jahr 1898, auf den Markt (Abb. 8). Der größte Teil der Bildseite ist weiß gehalten. Bei genauerem Hinsehen erkennt man, dass das Weiß nicht einfach Leerraum ist, sondern das Material Papier andeutet, das folgerichtig vom Absender der Karte dicht beschrieben wurde. Der obere Rand ist mittels Prägedruck hervorgehoben, das Papier erscheint wie eingerissen beziehungsweise eingerollt. Direkt auf dieses ‚Papier‘ ist folgende Verszeile gesetzt: „Weans seids froh, o ho! Weans seids froh, o ho!“ Es handelt sich um die leicht variierte Zeile des ursprünglichen Textes des Donauwalzers aus dem Jahr 1867, die von Josef Weyl stammte. „Wiener seid froh! – Oho, wie so?“, mit diesen Worten begann der ursprüngliche Text des Strauss-Walzers, der in kabarettistischer Manier auf die großen Themen der Zeit reagierte, die österreichische Niederlage bei Hradec Králové (Königgrätz) und die wirtschaftlich desolate Lage des Landes. Die Antwort auf die eingangs gestellte Frage folgt im Text von Weyl bereits wenige Zeilen später: „Was nutzt das Bedauern, das Trauern, d’rum froh und heiter seid!“

Diese Anspielung auf die erste Textfassung des Donauwalzers wird hier mit ironischem Unterton und als historisches Relikt vorgetragen, denn kurz zuvor, 1890, hatte, wie erwähnt, der Walzer einen neuen Text bekommen, der nicht nur viel eingängiger und optimistischer war, „fröhlich Herzen schlagen an deinem schönen Strand“, sondern der, in den Blütejahren der Monarchie, die Donau zum verbindenden Glied zwischen Völkern machte: „nimmst viel Brüder auf: Bild der Einigkeit für alle Zeit“ machte. Diese neue Hymne, die auch ein Loblied auf das politische Integrationswerk der Habsburger

anstimmt, beginnt nicht zufällig mit den Worten: „Donau, so blau“, also einem hellen, lichten, zukunftssträchtigen Farbton.

Genau diese Farbe ‚Blau‘ wird in unserer Postkarte aber aufs Korn genommen. Der obere Bildrand ist eingefärbt, aber nicht, wie man nach der Neubetextung im Jahr 1890 vielleicht vermuten könnte, in blauer, sondern in grüner Farbe. Darüber ist, in einer Art ironischem Kontrast, der Schriftzug „Blaue Donau“ – wohl nicht zufällig – in Anführungszeichen gesetzt. Der Tonfall der Karte bezieht sich offenkundig auf die Umschichtung des Donau-Diskurses in diesen Jahren. Die um 1900 inflationäre Rede von der ‚blauen Donau‘ wird hier mit Mitteln der Karikatur und des Bildwitzes ins Lächerliche gezogen. Zu dem Zeitpunkt, als die Donau in der Postkartenindustrie tatsächlich in kräftigen Blautönen eingefärbt wurde, erlaubt sich ein (nicht namentlich bekannter) Verleger einen kleinen Scherz. Die allseits besungene Donau ist, so suggeriert die Bildseite der Karte auf augenzwinkernde Weise, vielleicht gar nicht so blau wie in diesen Jahren allgemein behauptet.

Doch aller Skepsis zum Trotz: die Donau blieb in der Populärkultur und in der Postkartenindustrie blau, zumindest bis in die 1920er Jahre als eine neue Mode der Schwarz-Weiß-Ästhetik die Farbe für einige Jahre wegschwemmte. Das Blau der Donau sollte sich freilich über die Konjunkturen hinweg als haltbar erweisen. Als in den 1940er Jahren die Farbe in die gedruckten Fotobildbände Einzug hielt, erhielt der Fluss wieder seine berühmte blaue Farbe. Und als in den 1950er und 1960er Jahren mit neuen Wahrnehmungsgewohnheiten und Drucktechniken (etwa der Offset-Druck) wieder kräftige Farben in die Ästhetik der Postkarten einzogen, kehrte auch die Donau zu ihrem kräftigen Blau zurück.

Anmerkungen

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Forschungsprojekts „Die Donau lesen. (Trans-)Nationale Narrative im 20. und 21. Jahrhundert“, DACH-Programm FWF/DFG (FWF 4292-G), Projektleitung: Dr. Christoph Leitgeb, IKT, Institut für Kulturwissenschaften und Theatergeschichte, Österreichische Akademie der Wissenschaft.

- 1 Zur ‚blauen Donau‘ siehe etwa „Farben“, in: *Der Fluss. Eine Donau-Anthologie der anderen Art*, hrsg. von Edit Király und Olivia Spiridon, Salzburg/Wien 2018, S. 441–450; *Blau. Die Erfindung der Donau*, hrsg. von Anton Holzer und Elisabeth Limbeck, Ausst.-Kat. Technisches Museum Wien, Salzburg/Wien 2005, S. 11ff.; Peter Stachel, „Mythen im Fluss. Anmerkungen über die Donau“, in: *Hinter den Kulissen. Beiträge zur historischen Mythenforschung*, hrsg. von Claus Oberhauser und Wolfgang Knapp, Innsbruck 2012, S. 179–212, hier S. 196ff.
- 2 Ausführlich zur Rezeption des Walzers in Paris siehe Max Schönherr, „An der schönen blauen Donau in Paris“, in: *Österreichische Musikzeitschrift* 24/1 (1968), S. 82–92.
- 3 Anton Brzuskay, „Die Farben der Donau bei Mautern 1898“, in: *Mitteilungen der kaiserlich-königlichen Geographischen Gesellschaft*, Bd. 42, Wien 1899, S. 84.
- 4 Harry Heinrich Jakob Gravelius, „Die Farbe des Donauwassers“, in: *Zeitschrift für Gewässerkunde* 10/1 (1911), S. 45–55.
- 5 Vgl. Mona Schubert, „I had much rather invent you a legend of my own: Die fotografischen Rhein-Ansichten Charles Marvilles in ‚Les Bords du Rhin‘ (1853) und Francis Friths in ‚The Gossiping Photographer on the Rhine‘ (1964)“, in: *bilderstrom. Der Rhein und die Fotografie, 2016–1853*, hrsg. vom LVR-LandesMuseum Bonn und Christoph Schaden, Berlin 2016, S. 223–229, hier S. 224. Zur Kanonisierung der Donau in künstlerischen Bildserien des 19. Jahrhunderts siehe Edit Király, „Die Donau ist die Form“. *Strom-Diskurs in Texten und Bildern des 19. Jahrhunderts*, Wien 2017, S. 225ff.
- 6 Ausführlicher zur frühen Fotografie an der Donau siehe Ausst.-Kat. Wien 2005 (s. Anm. 1).
- 7 Zur händischen Kolorierung der frühen (Reise-)Fotografie siehe Daniela Wegmann, *Artifizielle „Naturwahrheit“ zur Konzeption der frühen Farb fotografie durch die Photochrom-Reiseansichten der Jahrhundertwende (1889–1914)*, Dissertation Universität Zürich 2016.
- 8 Zur Bildkultur der Sammelbilder, die für verschiedene Produkte (etwa Fleisch-Extract, Zigarette, Margarine) waren, siehe Judith Blume, *Wissen und Konsum. Eine Geschichte des Sammelbildalbums 1860–1952*, Göttingen 2019. Neben den Liebig-Sammelbildern gab es zahlreiche andere, etwa im deutschsprachigen Raum von den Firmen Bulgaria, Reemtsma und Sanella.

- 9 Die Themen dieser Sammelbildserie waren global angelegt, sie entfalteten einen bildungsbürgerlich- enzyklopädischen Blick auf die Welt. Die großen Ströme waren ebenso vertreten wie Weltstädte und Sehenswürdigkeiten.
- 10 Rudolf Kleinpaul, „Flußnamen“, in: *Die Gegenwart. Wochenschrift für Literatur, Kunst und öffentliches Leben*, Bd. 26, hrsg. von Theophil Zolling, Berlin 1884, S. 29.
- 11 Robert Musil, „Hier ist es schön“, in: *Nachlass zu Lebzeiten*, Reinbek 1995 [1936], S. 92.
- 12 Yolonda Youngs, „Editing Nature in Grand Canyon National Park Postcards“, in: *Geographical Review* 102/4 (2012), S. 486–509, hier S. 501.
- 13 Carl Hans Garte, „Stoßseufzer eines Postkartendruckers“, in: *Offset-Buch- und Werbekunst* 12 (1926), S. 729.

Bildnachweise

- Abb. 1: Johann Strauss (Sohn): „An der schönen blauen Donau“, Klavierauszug der Chorfassung, letzte Seite, eigenhändige Erstschrift, Archiv des Wiener Männergesangsvereins (WiengeschichteWiki)
- Abb. 2: „An der schönen blauen Donau“. Johann Strauss im Wiener Prater concertirend, Liebig Sammelbild, 1890er Jahre, kolorierte Lithografie
- Abb. 3: Postkarte Bratislava, kolorierter Lichtdruck, um 1910, ungelaufen
- Abb. 4: Postkarte Ruine Aggstein, 1917, kolorierter Lichtdruck, Verlag Ledermann, ungelaufen
- Abb. 5a–f: „Der Lauf der Donau“, Liebig Sammelbilder, 6 Motive, 1890er Jahre, kolorierte Lithografien
- Abb. 6/7: Koloriersaal und Steindrucksaal der Graphischen Kunstanstalt Dr. Trenkler & Co., Leipzig, aus: Heinz-Jürgen Böhme und Günther Clemens, *Bilderbogen. Leipziger Ansichtskartenserien von 1895 bis 1945*, Leipzig 2010, S. 56 und S. 54
- Abb. 8: „Blaue Donau“, Postkarte, kolorierter Lichtdruck, gelaufen 13.7.1898

Dieser Beitrag ist auch unter folgender Internetadresse abrufbar:
<https://www.kunstgeschichte-ejournal.net/586/>